

## ABSTRACT

Ideology would have power if it can be symbolized and communicated. Ideology has full of interest, including media's own that makes the media can be not neutral. Based on this James Lull's idea, this research was done by using the picture of 2009 Indonesian President Candidates on the headline of *Koran Tempo* as research object. The goal of this research is to explain how an ideology can play in visual communication design system (figure) without using oral speech. In fact, by using semiotic analysis as a main tool, this case can be revealed. The research object was divided into six units of analysis to simplify, i.e. theme, verbal text, visualization, composition, point of view, and modality. Finally, from the research result can be concluded that transformation process of interest ideology, both from internal and external side of *Koran Tempo* when reported 2009 Indonesian President Candidates, also occurs in the form of visual communication designed to be looks as neutral as possible to entrance people's think without compulsion.

Keywords: Media Ideology, Visual Communication Design.

## ABSTRAKSI

Ideologi akan mempunyai kekuatan apabila dapat dilambangkan dan dikomunikasikan. Ideologi sarat akan kepentingan, termasuk ideologi yang dimiliki media yang membuat media tersebut menjadi tidak netral. Berdasarkan pendapat James Lull inilah, maka penelitian ini dilakukan dengan obyek penelitian gambar calon presiden 2009 yang dimuat pada halaman depan *Koran Tempo*. Dengan harapan mampukan menjelaskan bagaimana sebuah ideologi berkerja dalam perangkat desain komunikasi visual (gambar) tanpa harus menggunakan bahasa verbal. Dan ternyata dengan menggunakan analisi semiotik sebagai pisau analisisnya, mampu mengungkap hal tersebut. Untuk memudahkan penelitian, maka obyek penelitian dibagi kedalam enam unit analisis yang terdiri dari obyek tema, teks verbal, visualisasi, komposisi, sudut pandang pembaca (*viewer*) dan modalitas. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa proses trasformasi ideologi kepentingan baik dari pihak internal maupun eksternal *Koran Tempo* dalam memberitakan para calon presiden 2009 juga terjadi dalam bentuk komunikasi visual yang didesain agar terlihat senetral mungkin sehingga masuk kedalam alam bawah sadar pembaca tanpa unsur paksaan.

Kata kunci : Ideologi Media, Desain Komunikasi Visual.